

Fonction

ENCADRANT DE PROXIMITE III.2 (H/F)

Évolutions possibles

Au sein du métier

- [ENCADRANT DE PROXIMITE III.2 \(H/F\)](#)
- [ENCADRANT DE PROXIMITE III.3 \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE ESPACE COMMERCIAL IV.A \(H/F\)](#)
- [RESPONSABLE ESPACE COMMERCIAL III.3 \(H/F\)](#) 

Raisons d'être

Dans le cadre des orientations stratégiques du Réseau La Poste et de leur déclinaison au niveau des secteurs, par délégation du directeur de secteur ou du responsable espace commercial, l'encadrant en bureau de poste contribue au développement du chiffre d'affaires et à la fidélisation de la clientèle.

À ce titre : - il garantit l'accueil et participe directement à la prise en charge de la clientèle.

- il réalise le pilotage commercial de la ligne guichet.
- il organise le travail et apporte son appui aux collaborateurs.
- il pilote les activités du middle et back office.

Missions

Garantit le développement commercial des activités du Groupe sur un secteur à priorité bancaire :

Garantit le développement du chiffre d'affaires Services Courrier/Colis/La Poste Mobile sur sa zone de chalandise
Garantit l'accélération des ventes de produits bancaires par la ligne guichet et le développement des apports d'affaires en synergie (suppression du terme « croisés » sur recommandation de la direction juridique Réseau) entre la ligne bancaire et la ligne guichet

Pilote le développement de l'activité commerciale de la clientèle professionnelle soit directement, soit avec le gestionnaire de clientèle professionnelle en lien avec le Responsable client professionnel

Pilote l'activité commerciale des partenaires externes

Garantit l'excellence de l'expérience client dans une dimension omni-canal :

Organise la fluidité du parcours client au sein de l'espace commercial en mobilisant les équipes autour de son animation

Favorise la qualité de cette expérience dans sa dimension omni-canal en orientant le client dans l'espace commercial et en améliorant sa mise en relation à distance

Garantit la bonne exécution et la performance des processus de prise en charge dans l'espace commercial

Garantit la mise en oeuvre de la démarche Expérience Client du Réseau et l'atteinte des standards de service, en synergie avec le responsable du développement bancaire dans le domaine bancaire

Garantit la prévention, la prise en charge et le traitement des incivilités

Organise l'animation des espaces commerciaux :

Structure et organise l'animation des espaces commerciaux, en synergie avec le Responsable

Client particulier pour le domaine bancaire

Construit et met en oeuvre diagnostic et plan d'actions visant à accroître la satisfaction des clients et leur niveau de recommandation de La Poste et de LB
Organise la bonne lisibilité de l'espace commercial
Pilote le merchandising du secteur.

Assure le management de l'équipe « espace commercial » :

Assure le management des chargés de clientèle, des gestionnaires de clientèles bancaires, des gestionnaires de clientèle professionnels, des encadrants de proximité

Organise avec le Responsable Clients particuliers la montée en compétence de la ligne guichet sur le bancaire

Développe et organise avec les experts les connaissances produits et méthode de vente de la ligne guichet pour les Services Courrier Colis et La Poste Mobile.

Organise le management collectif et personnalisé de son équipe

Apporte soutien, conseil et motivation à ses collaborateurs

Accompagne leur évolution professionnelle

Compétences

Banque de détail

Services Courrier Colis

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits Services Courriers Colis. Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

Produits non bancaires

Disposer de connaissances et compétences techniques sur l'ensemble de la gamme de produits ou services non bancaires (ex : La Poste Mobile, télésurveillance, etc.). Maîtriser l'environnement juridique et l'état de la concurrence. Savoir conseiller le client en conséquence.

COMPORTEMENTALES

Conviction et influence

Savoir structurer son argumentation et adapter sa posture à son interlocuteur afin qu'il comprenne et s'approprie les idées en utilisant toutes les techniques de communication (orale, écrites, non verbales, numériques). Savoir mettre en mouvement ses interlocuteurs internes et externes (collaborateurs, collègues, clients) en faisant évoluer son discours et sa posture en fonction de ses objectifs et des retours de son interlocuteur.

Autonomie

Savoir s'organiser dans son travail individuel et au sein d'un collectif, agir en toute responsabilité et faire preuve d'initiative sur son périmètre d'activités et sur les outils collaboratifs. Réagir rapidement à des situations en cherchant des solutions et savoir remonter les alertes si besoin. Assumer ses décisions et ses actions tout en tenant compte de son environnement.

Culture du changement et de l'innovation

Encourager et accompagner le changement et les initiatives d'amélioration dans un environnement complexe et incertain. Expérimenter, tester, évaluer en s'appuyant sur de nouvelles méthodes, y compris numériques. Comprendre et susciter l'innovation en remettant en question les usages et en osant être pionnier. Etre dans une dynamique d'identification et d'apport de nouveautés dans son activité en osant sortir du cadre pour penser le problème en dehors de ses limites et de ses moyens lorsque la situation le demande.

Comportementales Socles

Orientation client

Enrichir l'expérience client en adoptant une posture de service et de conseil et développer une relation de confiance durable. Anticiper, analyser, comprendre les besoins et attentes de ses clients pour apporter des réponses personnalisées. S'appliquer à améliorer la satisfaction client et mesurer son niveau de satisfaction.

Coopération et ouverture

Construire et faire vivre des réseaux informels ou structurés d'individus ou de groupes en s'appuyant sur les outils collaboratifs comme les réseaux sociaux internes. Participer individuellement à l'atteinte d'un résultat collectif en favorisant l'entraide et le partage de connaissances. Savoir fédérer les parties prenantes d'un projet autour d'un objectif commun et établir des partenariats. Faire preuve d'écoute active vis-à-vis de ses interlocuteurs et prendre en compte leurs problématiques et les objections émises dans ses actions et prises de décision. Etre ouvert(e) d'esprit et curieux(se) au sein de son environnement.

Orientation résultats

Engager des actions et mobiliser en toute autonomie des ressources (financières, matérielles, techniques, numériques et humaines) pour atteindre des performances durables dans le respect des principes éthiques, de qualité de vie et de RSE. Savoir être proactif et fixer, pour soi et/ou pour d'autres, des objectifs ambitieux et exploiter des opportunités pour aller au-delà des attendus.

Digital et Data

Supports digitaux et objets connectés

Utiliser les appareils et supports digitaux (hardware) à bon escient : PC, tablette, smartphone, visio, objets connectés, etc. S'adapter aux évolutions en lien avec les supports digitaux et s'approprier les nouveaux objets connectés.

Efficacité professionnelle

Transfert de compétences

Maîtriser l'ensemble des techniques et outils et les leviers d'action permettant de faire preuve de pédagogie. Savoir transmettre des connaissances.

MANAGEMENT

Responsabiliser

Définir de façon claire et personnalisée les missions et les objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporels (SMART) de chaque collaborateur. Rendre autonomes et responsables ses collaborateurs : - en les accompagnant dans la priorisation de leurs tâches, - en encourageant les prises de décision et initiatives, - en valorisant le droit à l'essai, - en déléguant dans un cadre clair et partagé. Partager le pilotage de l'activité et le suivi des réalisations de chacun et de l'équipe pour rendre les collaborateurs responsables. Mettre en oeuvre tous les moyens pour atteindre voire dépasser les objectifs individuels et collectifs.

Accompagner le développement professionnel

Identifier avec chaque membre de l'équipe, ses forces, ses axes de progrès et ses leviers de motivation, au regard à la fois du projet de la personne et des enjeux stratégiques de l'entreprise (performance économique, RSE, numérique....) Etre à l'écoute des collaboratrices, collaborateurs en réalisant des points réguliers pour recueillir les besoins et attentes, en veillant à leur bien-être au travail. Enrichir l'expérience collaborateur en co-construisant avec chacun un parcours de développement personnalisé à court et moyen terme pour favoriser l'acquisition de nouvelles compétences, renforcer son expertise et développer ainsi l'employabilité. Proposer à ses collaboratrices, collaborateurs une évolution professionnelle la plus adaptée à ses motivations, souhaits et expertises. Mettre en place les conditions favorables à l'engagement de ses collaboratrices, collaborateurs dans les domaines sociaux, sociétaux et environnementaux proposés par l'entreprise (ex : Déclic)

Donner du sens

S'approprier et partager la stratégie, les enjeux de performance globale et l'ambition du Groupe en sa qualité d'entreprise à mission, rentable et responsable. Décliner la stratégie du Groupe au niveau des missions et projets de l'équipe en intégrant notamment les enjeux sociaux, sociétaux, et environnementaux et de gouvernance. Définir le périmètre d'actions des collaboratrices et collaborateurs dans le Groupe et présenter l'impact de leurs activités sur les résultats collectifs, de l'entité et du Groupe. Utiliser les leviers de motivation (exemples : développement des compétences, appartenance, autonomie, reconnaissance, motivation financière, etc.) de chacun pour engager les équipes dans l'atteinte des objectifs.

Etre centré client

Mettre la satisfaction des clients internes ou externes au coeur des activités de l'équipe. Comprendre et anticiper les besoins des clients internes ou externes pour apporter des réponses personnalisées intégrant les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux. Accompagner les collaboratrices et collaborateurs dans l'écoute et la compréhension des demandes clients (ex. : savoir questionner, pratiquer l'écoute active). Favoriser l'identification des axes d'amélioration de la relation de service à mettre en place. Mesurer et évaluer les impacts des actions sur les clients afin de prendre les décisions les mieux adaptées.

Coopérer

Favoriser la collaboration et l'entraide au sein de l'équipe et entre équipes en travaillant avec l'ensemble des partenaires présents dans son écosystème. Exemples : présentation des contraintes de chaque service sur un projet commun - organiser des vis-ma-vie entre services, etc Donner et poursuivre des objectifs communs et présenter les liens entre services pour fédérer les collaborateurs et les sensibiliser sur l'importance de travailler ensemble. Guider les pratiques de son équipe pour offrir un espace de travail dans lequel le collectif est favorisé et valorisé. Exemples d'illustration (non exhaustifs) : entraide entre pairs, ateliers d'amélioration continue, résolution collective de problèmes, affichage de l'avancement des tâches ou projets, etc.

Reconnaître

Valoriser la performance, l'autonomie et l'engagement en faisant des feedbacks constructifs fréquents sur les réussites et les éléments de progrès du collaborateur. Faire le point sur les feedbacks réalisés lors des entretiens d'appréciation et entretiens intermédiaires et partager les actions de développement. Formuler ces retours sur la base de faits réels afin de soutenir et d'encourager la progression des collaboratrices et collaborateurs. Valoriser l'engagement des collaboratrices et collaborateurs dans les domaines sociaux, sociétaux et environnementaux dans le cadre professionnel.

Promouvoir l'innovation

Favoriser la veille des collaboratrices, collaborateurs et identifier les pratiques exemplaires Encourager les prises d'initiative des collaboratrices, collaborateurs suite à leurs observations et prise de recul, tout en acceptant le droit à l'essai. Favoriser la mise en place d'un temps et d'un espace dédiés pour : - Développer la créativité individuelle et collective, - Proposer des idées innovantes dans un objectif d'amélioration continue Considérer l'innovation sous l'angle de l'impact non seulement financier mais aussi social, sociétal et environnemental Exemples d'illustrations non exhaustives : mettre en place un tableau blanc ou une boîte à idées, organiser des réunions dédiées, organiser des challenges, un teambuiding solidaire, un partage de ressources dans teams, des participations à des salons, etc.

Relation Client

Prise en charge des clientèles fragiles

Connaître les besoins et modes de fonctionnement de cette typologie de clientèle et leur mode de consommation et les marges de manoeuvre autorisées. Savoir dire non et donner les explications.

Adapter son comportement, son ton, sa posture selon la situation rencontrée.

Amélioration de la satisfaction du client

S'assurer en permanence de la satisfaction du client en prenant en compte son avis à chaque étape de la relation. Faire preuve d'agilité en adaptant en temps réel sa posture aux attentes et besoins du client. Faire preuve de proactivité et d'initiative pour renforcer le lien avec le client.

Entrée en relation

Accueillir et prendre en charge les clients dès la phase d'attente dans l'espace de vente ou à distance. Porter une attention au client, l'accueillir de manière personnalisée, l'écouter et prendre en charge son besoin.

Vente Conseil client

Etre capable de faire vivre une expérience client de qualité à travers une posture de service et de conseil. Respecter le devoir de conseil en coconstruisant la solution la plus adaptée aux besoins du client. Apporter un conseil de qualité au client dans une logique de satisfaction et de fidélisation. Maîtriser l'argumentation afin de conclure la vente.

Orientation adaptée

Prendre en charge directement le client interne ou externe et traiter ses sollicitations sur différents canaux ou l'orienter vers le bon interlocuteur afin de mieux satisfaire ses besoins.

Animation de l'espace de vente

Organiser des actions commerciales pour promouvoir les offres et services dans l'espace de vente. Mettre à disposition la Publicité sur Lieu de Vente (PLV) dans l'espace de vente.

Risques et Conformité

Sécurité / Sûreté des biens et des personnes

Assurer la sécurité et la sûreté des biens et des personnes sur son domaine d'intervention en conformité avec la réglementation en vigueur.

Environnement de travail

Établissement-Entité : Secteur

Rattachement hiérarchique : Directeur de Secteur ou Responsable Espace Commercial

Déplacements fréquents auprès des équipes

Relations internes : équipes du secteur, équipes de la Direction commerciale de la DR, les entités / établissements Courrier/Colis Relations externes : clients, Chargés de clientèle, GESCLI, chefs d'équipe, GDC Pros

Famille

Filière

Métier

Répartition des effectifs

- □

Bgpn reseau

Effectif de la fonction

De 50 à 99